

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Nilai suatu perusahaan mempunyai peran penting yang dapat mempengaruhi perilaku investor terhadap suatu perusahaan. Menurut Brigham (2006) Nilai Perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Menurut Andri dan Hanung (2007) dalam Reny Diah (2013), Nilai Perusahaan adalah nilai jual perusahaan atau nilai tumbuh bagi pemegang saham, nilai saham akan tercermin dari harga pasar sahamnya. Harga saham tinggi akan mempengaruhi nilai suatu perusahaan menjadi tinggi juga. Nilai Perusahaan yang tinggi akan semakin memberikan kepercayaan bahwa suatu perusahaan tersebut dalam keadaan baik dan dapat memberikan prospek yang baik untuk masa mendatang. Menurut Noerirawan (2012), Nilai Perusahaan ialah suatu kondisi dimana telah dicapainya kepercayaan dari masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui beberapa tahapan selama beberapa waktu, yaitu mulai perusahaan tersebut didirikan hingga saat ini.

Perusahaan menginginkan manajer dapat mengelola perusahaan secara efektif dengan memaksimalkan nilai perusahaan sehingga perusahaan dapat mensejahterakan para investor. Suatu perusahaan berdiri bukan tanpa maksud dan tujuan. Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk memaksimalkan keuntungan. Dengan memaksimalkan keuntungan, maka perusahaan dapat memaksimalkan Nilai Perusahaan pula. Memaksimalkan Nilai Perusahaan

sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan Nilai Perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan menghasilkan laba selama periode tertentu dengan menggunakan aktiva atau modal, baik modal secara keseluruhan maupun modal sendiri (Barus dan Leliani, 2013).

Pada saat ini penilaian masyarakat terhadap suatu perusahaan dilihat dari tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengumpulkan keuntungan – keuntungan yang bisa diperoleh. Hal ini dapat diartikan bahwa rasio Profitabilitas dapat memengaruhi nilai suatu perusahaan. Apalagi dewasa ini perusahaan banyak yang menganut sistem profit oriented. Perusahaan yang dapat mencapai laba yang tinggi dapat dikatakan sebagai perusahaan yang baik, yang mampu mengendalikan kinerja keuangan suatu perusahaan tersebut.

Keberhasilan perusahaan tidak luput dari pengawasan masyarakat juga, yang diharapkan perusahaan juga mampu memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat luas. Dengan memberikan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat nilai suatu perusahaan ini akan semakin baik di mata masyarakat. Tanggung jawab sosial Perusahaan ini juga dapat menyumbang andil penilaian masyarakat terhadap suatu perusahaan. Perusahaan diharapkan mampu melakukan tanggung jawabnya terhadap masyarakat, dengan memberikan pelayanan yang baik terhadap masyarakat, memberikan bantuan untuk memperbaiki fasilitas maupun bantuan berupa beasiswa dapat juga meningkatkan Nilai Perusahaan di mata masyarakat.

Menurut Milton Friedman, yang dikutip oleh Donal E. Keoso (2009), mengungkapkan bahwa tanggung jawab suatu perusahaan adalah untuk meningkatkan keuntungan. Memaksimalkan keuntungan merupakan salah satu tugas yang diberikan pemilik perusahaan bagi manajer yang mengelola perusahaan tersebut. Menurut The World Business Council for Sustainable Development (Rahman, 2009:10) menjabarkan pengertian CSR sebagai suatu komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka memperbaiki kualitas hidup.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menyatakan hasil bahwa *profitabilitas* dan CSR mempengaruhi Nilai suatu Perusahaan. Menurut penelitian Sisca pradnyamita Saridewi, Gede Putu Agus Jana Susila, dan Fridayana Yudiaatmaja (2016) tentang pengaruh profitabilitas dan CSR terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2012- 2014 menunjukkan hasil bahwa secara parsial variabel profitabilitas yang diukur dengan ROE dan ROA, dan CSR berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian Dea Putri Ayu dan A. A. Gede Suarja (2017) mengenai pengaruh profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai Variabel mediasi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2010 – 2014 menunjukkan bahwa profitabilitas dan CSR secara signifikan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, dan CSR dapat memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai

perusahaan. Penelitian Jessica Zarlina dan Hasan Salim (2014) tentang analisis pengaruh CSR dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan yang mengacu pada studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI (2013), berdasarkan hasil regresi berganda, perbandingan koefisien regresi dari kedua variabel independen menunjukkan bahwa koefisien regresi profitabilitas perusahaan lebih besar dari pengungkapan CSR. Profitabilitas perusahaan lebih berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dibanding dengan pengungkapan CSR. Namun dalam penelitian Martin Surya dan Yunita Anwar (2012), mengungkapkan bahwa tidak ada hubungan antara CSR dan Profitabilitas, serta CSR juga tidak mempengaruhi Nilai Perusahaan. Dari beberapa penelitian tersebut maka untuk penelitian kali ini akan berusaha membuktikan kembali bahwa Profitabilitas dan CSR dapat mempengaruhi Nilai Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan *Food and Beverages* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013 – 2017”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dirumuskan pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017?
2. Bagaimana pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017?
3. Bagaimana pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara bersama-sama terhadap Nilai Perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017?
4. Diantara *Profitabilitas* dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) manakah variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penulisan penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017.
2. Menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017.

3. Menganalisis pengaruh *Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017.
4. Menganalisis diantara variabel *Profitabilitas* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan rasio keuangan tanggung jawab sosial perusahaan serta Nilai Perusahaan.

2. Bagi Investor

Hasil dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi para investor dengan melihat variabel *Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility* sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi di perusahaan.

3. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan pengambilan keputusan untuk dapat mengoptimalkan kinerja perusahaan.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pertama menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua menjelaskan tentang landasan teori dan literatur-literatur yang digunakan sebagai acuan perbandingan untuk membahas masalah, meliputi nilai perusahaan, *profitabilitas*, pengungkapan CSR, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ketiga menjelaskan tentang metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, gambaran populasi, sampel perusahaan yang diteliti, metode pengambilan sampel yang digunakan, definisi operasional dan pengukuran variabel, data dan sumber data yang akan dipakai dalam penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab keempat menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri dari gambaran objek penelitian, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab lima menjelaskan tentang penutup yang terdiri dari kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.